

ASSEMBLÉE NATIONALE

22 janvier 2015

LA CROISSANCE ET L'ACTIVITÉ - (N° 2498)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 1152

présenté par

M. Darmanin, M. Decool, M. Douillet, M. Martin-Lalande, M. Hetzel, M. Vitel, M. Gilard,
M. Guilloteau, M. Bompard, M. Door, M. Chartier, M. Straumann et M. Dhucq

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 62, insérer l'article suivant:**

Au dixième alinéa de l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, les mots : « ainsi que ceux édités par des associations, sociétés et fédérations sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sport, » sont supprimés.

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'interdiction du parrainage en vertu de la loi dite « Evin » du 10 juillet 1991 empêche le sport français d'avoir recours au sponsoring des boissons alcoolisées.

Sur Internet, une disposition spécifique interdit au sport français d'avoir recours à la publicité pour les boissons alcooliques.

Cette situation est incohérente dans la mesure où de très nombreuses organisations sportives étrangères et internationales ainsi que des clubs étrangers font de la publicité pour les boissons alcoolisées et son présents sur Internet.

Par ailleurs, il convient de rappeler que les français voient en grand nombre de la publicité pour les boissons alcoolisées présente dans l'espace public : affichage, presse, radio. On est étonnant que le sport subisse ainsi un régime discriminatoire.

Les alcooliers investissent par saison sportive respectivement près de 35 millions, de 30 millions et 22 millions d'euros dans les championnats anglais, allemand et espagnol. L'investissement publicitaire en France pour les boissons alcoolisées s'élève à 415 millions d'euros avec 0 euros d'investissement dans le sport.

Pourtant, chacun sait que le sport français est en déficit chronique et chacun reconnaît la nécessité pour le sport français de diversifier ses sources de revenus, de bénéficier de mesures en faveur de sa croissance et de son activité.

Cet amendement vise à mettre fin à l'interdiction spécifique faite au sport français d'avoir recours à la publicité des boissons alcoolisées sur Internet.