

ASSEMBLÉE NATIONALE

16 juin 2015

CROISSANCE, ACTIVITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES ÉCONOMIQUES - (N° 2866)

Commission	
Gouvernement	

Adopté

AMENDEMENT

N° 1195

présenté par
le Gouvernement

ARTICLE 62 TER

Rédiger ainsi cet article :

« Après l'article L. 3323-3 du code de la santé publique, il est inséré un article L. 3323-3-1 ainsi rédigé :

« Ne sont pas considérés comme une publicité ou une propagande au sens du présent chapitre les contenus, images, représentations, descriptions, commentaires ou références relatifs à une région de production, à une toponymie, à une référence ou à une indication géographique, à un terroir, à un itinéraire, à une zone de production, au savoir-faire, à l'histoire ou au patrimoine culturel, gastronomique ou paysager liés à une boisson alcoolique disposant d'une identification de la qualité ou de l'origine, ou protégée au titre de l'article L. 665-6 du code rural et de la pêche maritime. » »

EXPOSÉ SOMMAIRE

La loi Evin de 1990 encadre notamment la publicité et la propagande en matière d'alcool afin de permettre aux professionnels et aux acteurs concernés de communiquer, tout en protégeant la population contre les risques liés à l'usage nocif d'alcool, en particulier la jeunesse. La législation actuelle précise les supports possibles et les formes de la publicité. Elle s'applique de manière indifférenciée aux différentes boissons alcoolisées (vin, mais aussi bière ou alcool fort).

Le présent amendement vise à préciser que ne relèvent pas de la publicité et de la propagande les contenus liés notamment à une région de production ou encore au patrimoine culturel,

gastronomique ou paysager liés à une boisson alcoolique disposant d'une identification de la qualité ou de l'origine ou bien liés a un terroir protégé.