

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

22 janvier 2015

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

Commission	
Gouvernement	

Retiré

**AMENDEMENT**

N° 1151

présenté par

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

-----

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

La section 2 du chapitre III du titre III du livre III du code du sport est complétée par un article L. 333-10 ainsi rédigé :

« *Art. L. 333-10.* – Le dernier alinéa de l'article L. 3323-2 du code de la santé publique ne s'applique pas au parrainage sportif. ».

**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.

Pourtant les Français voient en grand nombre de la publicité pour les boissons alcoolisées présente dans l'espace public : affichage, presse, radio, Internet ? Tous ces supports de publicité sont autorisés sauf pour le sponsoring sportif.

En outre, toutes les grandes compétition étrangères et internationales sont sponsorisées par des boissons alcoolisées et son diffusées en France sur toutes les grandes chaînes.

Seuls les événements sportifs et les clubs français ne peuvent pas avoir recours au parrainage des boissons alcoolisées. Les sport français est victime d'une véritable distorsion de concurrence par rapport à ses homologues européens et étrangers.

Les alcooliers investissent par saison sportive respectivement près de 35 millions, de 30 millions et 22 millions d'euros dans les championnats de football anglais, allemand et espagnol.

L'investissement publicitaire en France pour les boissons alcoolisées s'élève à 415 millions d'euros avec 0 euros pour 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 au paradoxe d'une situation qui sanctionne lourdement le sport français et autorise parallèlement le sponsoring sportif pour les compétitions étrangères et internationales.