

Document
mis en distribution
le 30 octobre 2008



N° 1193

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 15 octobre 2008.

PROPOSITION DE LOI

*visant à garantir le droit du public à l'**information**
sur les **vins français** dans les médias,*

(Renvoyée à la commission des affaires culturelles, familiales et sociales, à défaut de constitution d'une commission spéciale dans les délais prévus par les articles 30 et 31 du Règlement.)

PRÉSENTÉE

PAR MM. Jacques BASCOU, Jean-Paul DUPRÉ
et Jean-Claude PEREZ,

députés.

EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

Aujourd'hui il est nécessaire de modifier la législation en matière de publicité pour les boissons alcooliques pour les raisons suivantes :

Au regard des évolutions jurisprudentielles, toute évocation du vin peut être considérée comme un acte publicitaire, ce qui signifie que tout article de presse et même toute forme d'expression culturelle évoquant le vin sont soumis à la réglementation en matière de publicité. Des quotidiens nationaux ont été ainsi condamnés pour publicité illicite sur des articles évoquant le vin.

C'est une atteinte à la liberté d'information de la presse, cette situation amenant les médias à une véritable autocensure, comme le souligne notamment le Syndicat de la presse quotidienne nationale.

C'est une atteinte à la culture du vin, à notre patrimoine, à un art de vivre et à l'image de notre pays dans le monde, et un frein à la connaissance d'un secteur qui sélectionne les terroirs et les produits créateurs de valeur.

C'est un frein pour la promotion de ces mêmes vins sur les marchés extérieurs.

Sans remettre en cause l'esprit de la loi et tout en souscrivant aux impératifs de santé publique et de protection de la jeunesse, une clarification s'impose donc afin de garantir le droit du public à l'information sur les vins français dans les médias.

C'est l'objet de l'article unique de cette proposition de loi.

PROPOSITION DE LOI

Article unique

- ① L'article L. 3323-3 du code de la santé publique est complété par un alinéa ainsi rédigé :
- ② « L'information dans les médias cités à l'article L. 3323-2 se distingue de la publicité qui a pour vocation la vente de biens et services particuliers et fait l'objet d'une contrepartie financière. »