

Document
mis en distribution
le 9 mai 2008



N° 759

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 27 mars 2008.

PROPOSITION DE LOI

*visant à autoriser la publicité en faveur des vins
et des boissons alcoolisées sur internet,*

(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. PHILIPPE ARMAND MARTIN, ÉLIE ABOUD, JEAN AUCLAIR, ÉTIENNE BLANC, JEAN-MARIE BINETRUY, CLAUDE BODIN, PHILIPPE BOËNNEC, JEAN-CLAUDE BOUCHET, MICHEL BOUVARD, FRANÇOIS CALVET, LOUIS COSYNS, JEAN-PIERRE DECOOL, MME Sophie DELONG, MM. NICOLAS DHUICQ, MICHEL DIEFENBACHER, DOMINIQUE DORD, JEAN-MICHEL FERRAND, NICOLAS FORISSIER, MME ARLETTE FRANCO, MM. YVES FROMION, JEAN-PAUL GARRAUD, DANIEL GARRIGUE, JEAN GRENET, JEAN-CLAUDE GUIBAL, GÉRARD HAMEL, MMES FRANÇOISE HOSTALIER, MARGUERITE LAMOUR, MM. MICHEL LEJEUNE, MICHEL LEZEAU, MME Muriel MARLAND-MILITELLO, MM. JEAN-PIERRE MARCON, THIERRY MARIANI, JACQUES MASDEU-ARUS, BERNARD PERRUT, SERGE POIGNANT, AXEL PONIATOWSKI, MME JOSETTE PONS, MM. DIDIER QUENTIN, FRÉDÉRIC REISS, JACQUES REMILLER, JEAN ROATTA, MAX ROUSTAN, FRANCIS SAINT-LÉGER, JEAN-MARIE SERMIER, MICHEL SORDI, ÉRIC STRAUMANN, PATRICE VERCHÈRE, MME CATHERINE VAUTRIN, MM. GÉRARD VOISIN ET ANDRÉ WOJCIECHOWSKI,

députés.

EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

La publicité en faveur des boissons alcoolisées est autorisée par la loi du 10 janvier 1991, dite « loi Evin », qui l'encadre strictement pour des motifs de santé publique.

Ainsi, cette publicité n'est-elle autorisée que sur un certain nombre de supports limitativement énumérés par une disposition maintenant codifiée à l'article L. 3323-2 du code de la santé publique.

Cette énumération comporte notamment la presse écrite, la radiodiffusion sonore, les affiches et enseignes, ou encore les messages, circulaires commerciales et brochures adressés par les producteurs et les négociants.

Promulguée en 1991, elle ne mentionne pas internet, chose normale puisque à cette époque ce média n'avait pas encore pris l'essor qu'on lui connaît.

La publicité sur les réseaux internet a cependant été considérée jusqu'à aujourd'hui comme autorisée sur le fondement d'une interprétation que le Conseil d'État, dans un rapport publié en 1998 et intitulé « *Internet et les réseaux numériques* », a donnée du champ d'application de l'article L. 3323-2.

Le 4° de cet article admet en effet certains types de messages (les messages et circulaires commerciales, catalogues et brochures envoyés par les fabricants, producteurs et négociants) et l'examen des travaux parlementaires montre que le législateur considérait que les messages adressés par téléphone ou par minitel relevaient bien de cette catégorie. Le Conseil d'État a jugé « raisonnable » d'assimiler internet au minitel et d'inclure les messages en ligne dans la liste des messages autorisés.

Cette interprétation, largement acceptée, a été reprise par le Bureau de vérification de la publicité (BVP) qui, dans une

recommandation de juillet 2004, a considéré que, s'agissant de la publicité en faveur des alcools, « *les services de communication en ligne, assimilés à des messages [étaient] des supports publicitaires autorisés* ».

Cette position équilibrée vient d'être remise en question par deux décisions de justice successives : une ordonnance de référé rendue le 8 janvier 2008 par le tribunal de grande instance de Paris, et le jugement de la cour d'appel de Paris qui l'a confirmée quelques jours plus tard, le 23 février 2008.

Les juges ont en effet décidé de s'en tenir à une lecture littérale du code de la santé publique, et constatant qu'internet ne figurait pas expressément dans la liste limitative des supports autorisés, en ont déduit que la publicité n'était pas autorisée sur les services de communication en ligne.

Ces décisions sont lourdes de conséquences.

L'interdiction de toute forme de publicité pour les boissons alcoolisées sur internet reviendrait à imposer la fermeture de tous les sites en ligne qui évoquent un cépage, une appellation, voire un territoire.

Les sites touristiques consacrés à une région viticole devraient être paradoxalement amputés des pages qui évoquent une production locale qui contribue cependant à la réputation et à l'attrait d'un terroir.

Ne pouvant s'appliquer qu'aux services de communication en ligne régis par la loi française, elle pénaliserait les producteurs français par rapport à des producteurs de pays tiers dont les sites, accessibles sur le réseau mondial de « la toile », ne seraient pas régis par des dispositions aussi contraignantes.

Enfin, elle pénaliserait particulièrement tout un secteur de la production viticole française, celui des producteurs qui, ne pouvant s'adosser à un important réseau de distribution commerciale, trouvent par internet un moyen moderne et précieux de faire connaître leur production.

La présente proposition de loi tend à procéder à la clarification législative qui s'impose en confirmant par la loi une

construction juridique qui ne reposait, jusqu'à présent, que sur un avis du Conseil d'État.

À cette fin, son article unique tend à compléter la liste des supports autorisés pour la publicité en faveur des boissons alcoolisées, figurant à l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, en y ajoutant, dans un alinéa additionnel, la présentation que les producteurs ou les négociants peuvent faire de leurs produits sur leurs propres services de communication au public en ligne. Le dispositif prend soin de préciser que cette présentation doit respecter les autres dispositions du code de la santé publique et, notamment, celle de l'article L. 3323-4 qui précise les indications et références admises en matière publicitaire.

Tel est l'objet de cette proposition de loi qu'il vous est demandé de bien vouloir adopter.

PROPOSITION DE LOI

Article unique

- ① Il est inséré, après le neuvième alinéa 8° de l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, un alinéa ainsi rédigé :
- ② « 9° Par la présentation effectuée par les producteurs, les éleveurs, les importateurs, les négociants, les concessionnaires ou les entrepositaires, sur leur propres services de communication au public en ligne, des produits qu'ils proposent et de leurs conditions de vente, sous réserve que cette présentation ne comporte que les mentions prévues à l'article L. 3323-4 ; »