



N° 755

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

QUATORZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 27 février 2013.

PROPOSITION DE LOI

*visant à interdire la **publicité pour les boissons alcoolisées**
à **proximité des établissements scolaires, de formation et des**
centres de vacances et de loisirs accueillant des mineurs,*

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

présentée par Mesdames et Messieurs

Franck MARLIN, Nicole AMELINE, Jean-Pierre BARBIER, Jacques Alain BÉNISTI, Valérie BOYER, Marc-Philippe DAUBRESSE, François de MAZIÈRES, Jean-Pierre DECOOL, Nicolas DHUICQ, Yannick FAVENNEC, Sauveur GANDOLFI-SCHEIT, Guy GEOFFROY, Jean-Claude GUIBAL, Michel HEINRICH, Dominique LE MÈNER, Pierre MOREL-A-L'HUISSIER, Alain MOYNE-BRESSAND, Valérie PECRESSE, Christophe PRIOU, Jean-Luc REITZER, Sophie ROHFRITSCH, Martial SADDIER, Claude STURNI, Michel TERROT, Jean-Paul TUAIVA et Jean-Pierre VIGIER,

députés.

EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

À l'intérieur des agglomérations, conformément au code de l'environnement, la publicité est notamment interdite autour des sites classés ou des monuments historiques classés ainsi qu'à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire.

Si ces dispositions permettent de préserver notre cadre de vie et notre patrimoine, force est de s'interroger sur ce qui concerne nos enfants.

En effet, comme le souligne l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies, l'enquête HBSC menée en 2010⁽¹⁾ montre que les adolescents scolarisés au collège, en France, présentent des niveaux d'expérimentation de boissons alcoolisées élevés : plus de la moitié (59,3 %) des élèves en classe de sixième ont déjà goûté à une boisson alcoolisée (59,3 %) et huit élèves sur dix (83,2 %) en classe de troisième.

Par ailleurs, toutes classes confondues, environ un collégien sur six dit avoir déjà connu une ivresse alcoolique.

Ce phénomène s'amplifie avec l'âge, l'enquête ESCAPAD⁽²⁾, menée en 2011 sur les jeunes de 17 ans, a révélé que près de huit jeunes sur dix de cet âge (74,2 % des filles et 79,7 % des garçons) ont déclaré avoir consommé de l'alcool au cours des 30 derniers jours précédant l'enquête, qu'ils sont 91 % à avoir consommé de l'alcool d'une manière générale, que l'âge moyen de la première ivresse est de 15,2 ans, et que l'alcoolisation ponctuelle importante concerne plus de la moitié des jeunes : 53,2 % disent avoir bu au moins cinq verres en une même occasion au cours du mois écoulé. Ils étaient 45,8 % en 2005⁽³⁾.

Enfin, si près de la moitié des élèves de 6^e et 5^e déclare, par exemple, avoir bu du cidre au moins une fois dans l'année et que les autres alcools (bière, « prémix », vin, alcool fort) sont nettement moins mentionnés par les plus jeunes, les consommations de bière, d'alcools forts ou de

⁽¹⁾ Enquête 2010 Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) – Alcool, Académie de Toulouse et INSERM.

⁽²⁾ Enquête sur la Santé et les Consommations réalisées lors de la journée Défense et Citoyenneté (ESCAPAD) 2011 menée par l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT) en partenariat avec la Direction du service national (DSN).

⁽³⁾ Stanislas SPILKA, Olivier LE NEZET, Marie-Line TOVAR. « Les drogues à 17 ans : premiers résultats de l'enquête ESCAPAD 2011 » Tendances n° 79, 2012, 4 p., OFDT.

« prémix » (boissons issues du mélange d'une boisson alcoolisée et d'une boisson non alcoolisée) augmentent fortement à partir de la 4^e. Ainsi, à la sortie du collège, parmi les boissons le plus fréquemment citées figurent la bière (47,2 %), l'alcool fort (42,8 %) et les « prémix » (32,4 %) ⁽⁴⁾.

À 17 ans, le classement des boissons en fonction de la proportion de leurs consommateurs au cours du mois ⁽⁵⁾ montre que les bières et les « prémix » sont les boissons les plus populaires avec 57,0 % et 48,0 % de consommateurs, devant les alcools forts (43,0 %).

Les jeunes, particulièrement sensibles et réceptifs à la publicité, constituent donc un marché potentiel et, par conséquent, privilégié.

Si la législation a évolué ces dernières années, avec l'interdiction de la publicité de boissons alcoolisées sur les services de communications en ligne destinés à la jeunesse, force est pourtant de constater que rien n'a été prévu concernant la publicité aux abords des établissements scolaires, de formation ou de loisirs accueillant des mineurs.

Or, des panneaux publicitaires sont fréquemment implantés à proximité de ces établissements, notamment dans les communes disposant de mobilier urbain (abris bus, ...) équipé d'espaces publicitaires et dont le financement ainsi que l'entretien ont fait l'objet d'une délégation de service auprès d'une société.

Et, à défaut d'interdire toute publicité dans une zone restreinte, les maires sont dépourvus de moyens pour lutter spécifiquement contre l'affichage de publicités concernant les boissons alcoolisées, puisqu'un règlement local de publicité ne peut définir d'interdiction de catégories de publicités, tel que le prévoyait l'article L. 581-11 du code de l'environnement.

Parce que la consommation d'alcool chez les jeunes est en constante augmentation et que nous sommes désormais confrontés à un changement radical des modes de consommation, avec une hausse des ivresses alcooliques, il est impératif et de notre devoir de les protéger tout autant, et naturellement bien plus, que notre patrimoine historique et notre cadre de vie qui bénéficient d'une législation et d'une réglementation adaptées.

⁽⁴⁾ Stanislas SPILKA, Olivier LE NEZET, François BECK, Virginie EHLINGER, Emmanuelle GODEAU. « *Alcool, tabac et cannabis durant les "années collège"* », Tendances n° 80, 2012, 4 p., OFDT.

⁽⁵⁾ François BECK, Stéphane LEGLEYE, Stanislas SPILKA, Olivier LE NEZET. « *Atlas régional des consommations d'alcool 2005* », données INPES/OFDT.

Car il s'agit là d'un véritable problème de santé publique.

Aussi, à l'instar des dispositions existantes pour les prémunir de tels messages publicitaires à la télévision, au cinéma ou sur internet notamment, il vous est proposé d'interdire toute publicité sur les boissons alcoolisées, par voie d'affichage, dans un rayon de 100 mètres des établissements scolaires du premier et du second degré, des établissements de formation et des centres de vacances et de loisirs accueillant des mineurs.

Tel est l'objet de cette proposition de loi.

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

- ① Après l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, est inséré un article L. 3323-2-1 ainsi rédigé :
- ② « *Art. L. 3323-2-1.* – La propagande ou la publicité, par voie d'affichage, en faveur des boissons alcooliques est interdite à moins de 100 mètres des établissements d'instruction publique et des établissements scolaires privés du premier et du second degrés, des établissements de formation et des centres de vacances et de loisirs accueillant des mineurs.
- ③ « Cette distance est calculée selon la ligne droite au sol reliant les accès les plus rapprochés de l'établissement protégé et le lieu d'affichage. »

Article 2

Au 3° de l'article L. 3323-2 du même code, après le mot : « affiches », sont insérés les mots : « sous réserve de l'article L. 3323-2-1 ».

