



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

réglementation

Question écrite n° 39037

Texte de la question

M. Daniel Garrigue appelle l'attention de M. le ministre de la santé et de la protection sociale sur la réglementation relative à la publicité de boissons alcooliques sur internet. En effet, la loi n° 91-32 du 10 janvier 1991 dite « loi Évin » énumère les supports sur lesquels la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur de boissons alcooliques contenant plus de 1,2 degré d'alcool est exclusivement autorisée (art. L. 3323-2 du code de la santé publique). Compte tenu de la date d'adoption de cette loi, le média internet, alors quasi inexistant, n'est donc pas visé par cette réglementation. Il lui demande donc de bien vouloir préciser les règles applicables en matière de publicité et de ventes de produits alcooliques sur internet.

Texte de la réponse

Le nombre de décès attribuables à l'alcool en France est évalué à 45 000. L'alcool est directement à l'origine de pathologies comme la cirrhose du foie ou le syndrome d'alcoolisme foetal. Il est également impliqué dans la survenue de nombreux autres dommages : cancers des voies aérodigestives supérieures (VADS), maladies de l'appareil circulatoire, cancers du foie, névrites optiques, polynévrites, mais aussi troubles psychiques, accidents, rixes et suicides. Pour faire face à ce problème, les articles L. 3323-1 à L. 3323-6 du code de la santé publique réglementent la publicité des boissons alcooliques en France. Ces dispositions plus communément appelées « loi Évin », encadrent la publicité pour les boissons alcooliques, mais ne l'interdisent pas comme c'est le cas pour le tabac. La volonté du législateur est de protéger les plus jeunes en limitant le nombre de supports publicitaires autorisés. Ainsi, l'article L. 3323-2 du code de la santé publique énumère les supports sur lesquels la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, est exclusivement autorisée, au titre desquels figurent la presse, la radio et l'affichage, l'envoi de messages, circulaires commerciales, catalogues et brochures par les producteurs, fabricants, importateurs, négociants, concessionnaires ou entrepositaires. Le support publicitaire que constitue internet ne figurant pas à l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, il faut en déduire que, en l'état actuel du droit, la publicité en faveur des boissons alcooliques est interdite sur ce support. Cette interdiction se justifie d'autant plus que l'outil internet constitue un puissant vecteur d'information et de divertissement pour les plus jeunes.

Données clés

Auteur : [M. Daniel Garrigue](#)

Circonscription : Dordogne (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 39037

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : santé

Ministère attributaire : santé

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 11 mai 2004, page 3435

Réponse publiée le : 3 août 2004, page 6140