



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

Internet

Question écrite n° 23894

Texte de la question

M. André Schneider attire l'attention de M. le ministre de l'agriculture et de la pêche sur les problèmes auxquels sont confrontés les professionnels du vin pour communiquer sur leur produit. De nombreuses décisions de jurisprudence soulignent que toute évocation du vin, des terroirs viticoles ou de leurs succès économiques, quelle qu'en soit la forme (TV, presse, Internet, etc.) est assimilée à un acte publicitaire. Les professionnels du vin souhaiteraient pouvoir s'appuyer sur une définition précise de la publicité en ce domaine. Cette clarification permettrait en effet une adaptation du code de la santé publique sans pour autant remettre en cause la politique de santé en matière d'alcool. Il lui demande quelles sont les intentions du Gouvernement, par rapport à cette préoccupation.

Texte de la réponse

Par ordonnance de référé rendue le 8 janvier 2008, le tribunal de grande instance de Paris a ordonné à une société de mettre fin à la publicité en faveur d'une boisson alcoolique sur un site Internet en ligne. Cette décision interprète de manière stricte l'article L. 3323-2 du code de la santé publique déterminant les types de supports autorisés. En raison de cette jurisprudence, les boissons alcooliques ne peuvent faire l'objet de promotion à caractère publicitaire par ce média. Cette limitation résulte d'un développement de ce support ultérieur au vote de la loi n° 91-32 du 10 janvier 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme. Le Gouvernement va évaluer les moyens de sortir de l'impasse actuelle qui n'est imputable ni à la législation qui ne pouvait anticiper ces progrès techniques, ni à une jurisprudence qui ne peut présumer l'intention du législateur quand elle ne procède pas du texte. Le plan quinquennal de modernisation de la filière vitivinicole présenté au conseil des ministres le 29 mai 2008 prévoit que le Gouvernement conduira un groupe de travail entre les différentes parties, qui appréciera avant l'automne 2008 l'opportunité et la nécessité de faire évoluer le cadre dans lequel s'inscrit l'usage du média Internet pour la publicité sur les boissons alcoolisées, dans le respect des objectifs de santé publique. Ce groupe de travail vient d'être placé sous la présidence de M. Louvaris, professeur de droit public de l'université Paris-Dauphine. Il est constitué de quatre parlementaires, de représentants des administrations concernées, des associations de santé publique, du secteur de la production de boissons alcooliques et des médias. Il a entamé ses travaux le 18 juin 2008, et remettra au Gouvernement un projet d'évolution législative avant la fin du mois de juillet 2008.

Données clés

Auteur : [M. André Schneider](#)

Circonscription : Bas-Rhin (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 23894

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : Agriculture et pêche

Ministère attributaire : Agriculture et pêche

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 27 mai 2008, page 4307

Réponse publiée le : 22 juillet 2008, page 6352