



# ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

## Internet

Question écrite n° 32718

### Texte de la question

M. Élie Aboud attire l'attention de Mme la ministre de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative sur le dossier vin, Internet et publicité. En effet, l'actualisation de la loi de 1991 doit permettre de combler le vide juridique existant dans ce domaine, et non de porter atteinte à la filière vitivinicole. Afin de rassurer les professionnels sur ses intentions, il lui demande de bien vouloir lui préciser ses projets en la matière.

### Texte de la réponse

La question de la publicité en faveur de l'alcool sur Internet est un sujet important en termes de santé publique. En effet, la loi Évin, intégrée à l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, fixe une liste limitative des supports autorisés pour la publicité en faveur des boissons alcooliques, sur laquelle ne figure pas Internet qui à l'époque n'existait pas. Réglementer la publicité, c'est agir sur la demande d'alcool, axe indispensable d'une politique de prévention en la matière. Au regard du poids croissant d'Internet dans la publicité, et pour répondre à la question spécifique de la publicité sur le vin et les autres boissons alcooliques par le biais de ce média, il est apparu nécessaire d'actualiser la loi Évin, afin de pouvoir mettre en place un dispositif juridique clair et encadré en France et de sécuriser l'intervention des acteurs économiques sur Internet. Toute la difficulté de ce dossier était de concilier cette nécessité économique avec un impératif de santé publique. Face à ce dossier aux données économiques, techniques et juridiques complexes, il fallait soutenir une véritable position de santé publique responsable : si la publicité était autorisée, il fallait s'assurer que les populations vulnérables seraient protégées. C'est dans cet esprit qu'au cours des débats sur le projet de loi portant réforme de l'hôpital et relatif aux patients, à la santé et aux territoires, des amendements parlementaires ont été adoptés et ont actualisé la loi Évin en autorisant la publicité en faveur des boissons alcooliques sur Internet, qui n'existait pas à l'époque, tout en prévoyant des garde-fous. Ainsi, aux termes de l'article 97 de la loi n° 2009-879 du 21 juillet 2009 portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires, les populations vulnérables, en particulier les jeunes, seront protégées c'est pourquoi les sites destinés à la jeunesse ou dédiés au sport et/ou à l'activité physique (eux aussi fortement fréquentés par les jeunes) sont exclus de toute publicité pour ces produits. De même, les techniques intrusives comme les pop-up (des fenêtres publicitaires qui surgissent de manière spontanée sur le Web), ou interstitielles (annonces, souvent animées voire sonores, qui apparaissent en cours de consultation d'une page et occupent tout ou partie de l'écran) sont prohibées. Enfin, la publicité sur Internet reste bien sûr soumise aux mêmes contraintes, qui figurent dans le code de santé publique, que les autres supports : message sanitaire, contenu de la publicité encadré... Les services de l'État seront vigilants à la bonne application de la mesure.

### Données clés

**Auteur :** [M. Élie Aboud](#)

**Circonscription :** Hérault (6<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 32718

**Rubrique :** Publicité

**Ministère interrogé :** Santé, jeunesse, sports et vie associative

**Ministère attributaire :** Santé et sports

Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 14 octobre 2008, page 8758

**Réponse publiée le :** 27 octobre 2009, page 10263