ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

vin

Question écrite n° 73875

Texte de la question

M. Bernard Perrut attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes sur le besoin de développer des politiques de santé publique ciblées qui permettent de lutter contre les comportements excessifs et privilégient l'éducation et la prévention. Il souhaite connaître si le Gouvernement entend soutenir une proposition qui inquiète beaucoup la filière vitivinicole, visant à la suppression pure et simple de la publicité sur Internet à l'exception des sites de producteurs, car une telle évolution aurait des conséquences graves pour les pages Facebook des vignerons et négociants, les pages dédiées à l'œnotourisme dans les régions, les sites d'information et de promotion des interprofessions, les sites de vente spécialisés, etc.

Texte de la réponse

Dans une optique de santé publique et afin de lutter contre la consommation excessive d'alcool, la loi française relative à la publicité portant sur les boissons alcooliques encadre strictement les supports autorisés. En effet, l'alcool est la deuxième cause de mortalité prématurée (avant 65 ans) évitable en France, après le tabac : on estime à environ 49 000 le nombre de décès par an liés à l'alcool. Ceux-ci sont liés à des consommations chroniques mais aussi à des consommations aigües massives. Or la publicité a un impact démontré sur l'augmentation de la part des personnes, et notamment des jeunes, qui boivent de l'alcool ainsi que sur les quantités d'alcool consommées. La jurisprudence relative à la publicité en faveur des boissons alcooliques est constante depuis plusieurs années : elle considère que tout ce qui n'est pas explicitement autorisé par la loi est interdit. La cour de cassation a d'ailleurs défini la notion de publicité illicite dans un arrêt du 3 novembre 2004 : « On entend par publicité illicite (…) tout acte ayant pour effet, quelle qu'en soit la finalité, de rappeler une boisson alcoolique sans satisfaire aux exigences de l'article L. 3323-4 du code de la santé publique ». Depuis 2008, l'Autorité de régulation de la publicité professionnelle (ARPP) mène des actions en faveur d'une publicité respectueuse de la législation, dans l'intérêt des consommateurs, du public et des professionnels de la publicité. Ce dispositif de régulation professionnelle de la publicité est un système concerté, ouvert à la société civile et aux consommateurs. Il regroupe trois instances associées : le Conseil de l'Ethique Publicitaire, le Conseil Paritaire de la Publicité et le Jury de Déontologie Publicitaire. Cet organisme émet des conseils et recommandations en amont, et peut constater des manquements au cadre normatif en aval. Actuellement, une réflexion sur l'adaptation du cadre normatif de la publicité alcool à la fois aux contournements et aux évolutions technologiques, est menée dans le cadre du Plan gouvernemental de lutte contre les drogues et les conduites addictives 2013-2017. Par ailleurs, le Plan cancer 2014-2019, dans son objectif 11, action 11.1 (« Améliorer le respect des mesures d'encadrement de l'offre ») prévoit une mesure visant à améliorer le respect des restrictions de publicité et des modalités d'avertissements sanitaires, ainsi que l'adaptation des dispositions relatives à la publicité et à la promotion des boissons alcooliques (publicité sur internet et réseaux sociaux). Enfin, la loi de modernisation de notre système de santé votée le 17 décembre 2015 comporte, à la suite d'un amendement parlementaire adopté, un article de loi visant à adapter la loi Evin dans le domaine de la publicité sur l'alcool.

Version web : https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/14/questions/QANR5L14QE73875

Données clés

Auteur : M. Bernard Perrut
Circonscription : Rhône (9e circonscription) - Les Républicains
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 73875
Rubrique : Agroalimentaire
Ministère interrogé : Affaires sociales, santé et droits des femmes
Ministère attributaire : Affaires sociales, santé et droits des femmes

Date(s) clée(s)

Question publiée au JO le : 17 février 2015, page 989
Réponse publiée au JO le : 19 janvier 2016, page 497