



ASSEMBLÉE NATIONALE

9ème législature

Publicite

Question écrite n° 30914

Texte de la question

M Jean-Michel Ferrand attire l'attention de M le ministre de la solidarite, de la sante et de la protection sociale sur les inquietudes des associations viticoles francaises face aux effets induits sur la production et la commercialisation du vin par sa campagne et son action legislative contre l'alcoolisme. Ces professions redoutent que la legislation nouvelle ne prenne pas en compte la specificite du produit vin, dont la consommation ne saurait etre la cause principale de l'alcoolisme en France. Alors que la publicite pour les alcools est severement reglementee, et a fait l'objet de restrictions supplementaires il y a a peine trois ans (contre le mecenat) un projet de loi du Gouvernement limiterait la publicite sur les vins, a la presse « reservee aux adultes », et sur les lieux de consommation. La publicite sur les lieux de production serait donc interdite (par exemple, la signalisation « route des vins »). Ce projet de loi porterait atteinte aux interets economiques de nombreuses regions viticoles, et en particulier au departement de Vaucluse. Il n'est pas necessaire de rappeler l'importance primordiale pour le departement, de ses exploitations viticoles, ses caves, ses entreprises d'embouteillage et de commercialisation, et l'accroissement de son effort d'exportation de sa production qui a progresse de 14 p 100 entre 1988 a 1989. Une nouvelle aggravation de la legislation en la matiere provoquerait, sur le plan communautaire, une veritable distorsion de concurrence a l'encontre de ces professions et de ces produits. En effet, dans ces conditions, il serait difficile pour les producteurs francais de maintenir leur effort d'exportation a l'etranger en faveur des vins de France. Il lui rappelle que la profession viticole consacre une partie de son activite et de son credit a l'etude de cette question. Il lui demande de bien vouloir dissocier la production d'alcool et la production de vin et de faire appliquer un traitement different a la promotion de la production de vin, principale ressource economique de nombreux departements francais.

Texte de la réponse

Reponse. - Le ministre delegue a la sante tient a indiquer a l'honorable parlementaire qu'il est conscient des efforts deployes par les viticulteurs pour produire des vins de qualite et en assurer une exportation toujours en progression. En ce qui concerne la publicite, l'interdiction de celle-ci dans la presse pour la jeunesse a, certes, ete formalisee dans la loi du 30 juillet 1987 mais depuis l'ordonnance du 29 novembre 1960, la publicite en faveur des boissons alcooliques etait interdite sur les stades, terrains de sports publics ou prives, dans les locaux occupes par des associations de jeunesse et d'education populaire. Il etait egalement interdit de distribuer ou d'envoyer a des mineurs des fournitures scolaires ou des objets nommant ou vantant une boisson alcoolique. Il est indeniable que les publicites en faveur des boissons alcooliques s'efforciaient d'etre de plus en plus persuasives et constituaient donc un facteur d'incitation a une consommation excessive. Il n'en est pour preuve que les exemples du whisky et de la vodka. Depuis l'intervention, en 1980, de l'arret de la Cour de justice europeenne condamnant la France pour traitement discriminatoire, ces boissons ont pu acceder, a egalite avec les boissons d'origine francaise, aux supports publicitaires ; des lors, leurs ventes ont augmente de facon spectaculaire au detriment de celles des autres boissons. Aussi une publicite strictement informative ne faisant pas appel a des reactions inconscientes stimulees par la mise en scene favorisera-t-elle la liberte de choix des consommateurs. Dans ces circonstances, les restrictions apportees aux possibilites de faire de la publicite en faveur des boissons contenant de l'alcool par la loi no 91-32 du 10 janvier 1991 desavantagent relativement les grands groupes par rapport aux petits producteurs qui ne peuvent proceder aux memes investissements

publicitaires. D'autre part, le ministre delegue a la sante tient a rassurer l'honorable parlementaire en ce qui concerne la publicite sur les zones de production ; celle-ci sera toujours possible, compte tenu des nouvelles dispositions du code des debits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme notamment, l'article L 18, d'application immediate et relatif au contenu des publicites en faveur des boissons alcooliques et l'article L 17 d'application differee au 1er janvier 1993, lequel organise les modalites de la publicite sous reserve de decretis d'application. Aucune mesure d'interdiction ne touchera la signalisation de la « route des vins ». Enfin, il lui precise que la publicite, par voie de presse ou d'envoi de circulaires par les producteurs negociants et commercants, a domicile, demeure autorisee.

Données clés

Auteur : [M. Ferrand Jean-Michel](#)

Circonscription : - Rassemblement pour la République

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 30914

Rubrique : Boissons et alcools

Ministère interrogé : solidarité, de la santé et de la protection sociale

Ministère attributaire : santé

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 2 juillet 1990, page 3115