

ASSEMBLEE NATIONALE

Projet de loi
portant réforme de l'hôpital et relatif
aux patients, à la santé et aux territoires

AMENDEMENT N°

présenté par

REJETE

ARTICLE ADDITIONNEL APRES L'ARTICLE 24

Il est inséré, après l'article 24, un article additionnel ainsi rédigé :

« Il est inséré, après le 8° de l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, un alinéa ainsi rédigé :
9° Sur les services de communications en ligne à l'exclusion de ceux qui, par leur caractère, leur présentation ou leur objet, apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse, ainsi que ceux édités par des associations, sociétés, et fédérations sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sport, sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive, ni interstitielle. »

EXPOSE SOMMAIRE

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. Si la loi Évin n'a pas prévu ce support de communication, c'est parce qu'à l'époque il n'existait pas.

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 en autorisant la publicité sur internet, à la condition de prévoir des garde-fous :

- afin de pouvoir mettre en place un dispositif juridique clair et encadré en France,
- afin de sécuriser l'intervention des acteurs économiques sur internet.

Toute la difficulté de ce dossier est de concilier cette nécessité économique avec un impératif de santé publique.

Si la publicité en faveur des boissons alcooliques sur internet est autorisée, les populations vulnérables, en particulier les jeunes, doivent être protégées. Les sites destinés à la jeunesse ou dédiés au sport et/ ou à l'activité physique (eux aussi fortement fréquentés par les jeunes) doivent être exclus de toute publicité pour ces produits.

La protection de la jeunesse passera aussi par le rôle essentiel des parents et les logiciels de contrôle parental devront intégrer cette dimension. De même, les techniques intrusives comme les pop-up, des publicités qui surgissent de manière spontanée sur le Web devront être prohibées.

Enfin, la publicité sur internet sera soumise aux mêmes contraintes, qui figurent dans le code de santé publique, que les autres supports : message sanitaire, contenu de la publicité encadré...

Cette disposition sera accompagnée de la mise en place d'un comité de suivi, qui réunira les acteurs économiques, les associations de santé publique et les associations familiales. Ce comité veillera au respect de la loi et s'assurera de l'absence de tout contournement.

.....

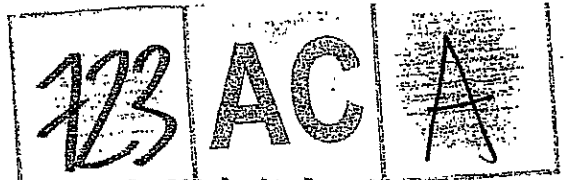
Coupon réponse à retourner avant le vendredi 2 février 16h00
par fax : 01 40 63 06 84

NOM Prénom
Député(e) de

Souhaite être co-auteur de l'amendement de Jacques DOMERGUE *visant à favoriser les services de communications en ligne à l'exclusion de ceux qui, par leur caractère, leur présentation ou leur objet, apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse, ainsi que ceux édités par des associations, sociétés, et fédérations sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sport, sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive, ni interstitielle.*

Date :

Signature :



Projet de loi n° 1210 portant réforme de l'hôpital et relatif aux patients, à la santé et aux territoires

Amendement

Présenté par : Jean-Marie Le Guen, Catherine Lemorton, Catherine Génisson, Michèle Delaunay, Marisol Touraine, Christian Paul, Marcel Rogemont, Monique Iborra, Jean Mallot, Jean-Louis Touraine, Jean-Patrick Gille, Gisèle Biemouret, Régis Juanico, Patrick Lebreton, Dominique Orliac, Simon Renucci, Martine Pinville et les commissaires du groupe socialistes radical et citoyens.

Article additionnel Article 24

~~Après l'alinéa 2~~, il est inséré ~~un alinéa~~ *les trois alinéas suivants :*

« III » Il est inséré après le 8° de l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, deux alinéas ainsi rédigés :

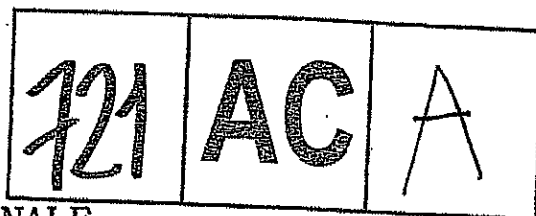
9°) Sur les services de communication au public en ligne des producteurs, des fabricants, des importateurs, des négociants, des concessionnaires, des entrepositaires, des distributeurs, des grossistes et des détaillants de boissons alcooliques, des éleveurs ou de leurs organisations professionnelles ou interprofessionnelles.

Un décret en Conseil d'Etat précise les conditions d'application du précédent alinéa, notamment les formats de publicité autorisés, eu égard aux différentes technologies utilisées. »

Exposé des motifs

La nécessité de réduire l'offre d'alcool, notamment auprès des jeunes, rend indispensable la définition d'un dispositif législatif et réglementaire cohérent qui inclurait des dispositions équilibrées concernant internet. Les producteurs pourraient être autorisés à faire de la publicité sur leur site internet. Mais, cette publicité serait interdite sur tout autre site. Ce dispositif assurerait un certain équilibre entre les intérêts de la filière économique concernée et la santé publique.

Après Art. 24
N°



ASSEMBLÉE NATIONALE

30 janvier 2009

PROJET DE LOI HOPITAL, PATIENTS, SANTE ET TERRITOIRES - (n° 1210)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N°

présenté par
M. Yves BUR
Député

ARTICLE ADDITIONNEL APRES L'ARTICLE 24

Il est inséré un article ainsi rédigé :

« Il est inséré, après le 8° de l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, deux alinéas ainsi rédigés :

« 9°) Sur les services de communication au public en ligne des producteurs, des fabricants, des importateurs, des négociants, des concessionnaires, des entrepositaires, des distributeurs, des grossistes et des détaillants de boissons alcooliques, des éleveurs ou de leurs organisations professionnelles ou interprofessionnelles.

Un décret en Conseil d'Etat précise les conditions d'application du précédent alinéa, notamment les formats de publicité autorisés, eu égard aux différentes technologies utilisées. » »

EXPOSÉ SOMMAIRE

La loi fixe une liste limitative des supports autorisés pour la publicité en faveur des boissons alcooliques. Or, internet n'existant pas à l'époque, il n'a pas été possible de débattre sur la possibilité ou l'étendue de la publicité qui pourrait être autorisée sur ce média.

C'est pourquoi, dans le respect de l'esprit de la loi Evin, il est proposé de sécuriser l'activité

commerciale autour de la vente des boissons alcooliques sur internet en autorisant les sites spécialisés dans ce secteur à pouvoir communiquer.