



Paris, le 05 juin 2015

Objet : Définition de la publicité pour les boissons alcoolisées

Monsieur le Premier Ministre,

Nous appelons votre attention sur une disposition du projet de loi « Macron » pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques actuellement en discussion. Lors de l'examen du texte au Sénat le 05 mai dernier, les sénateurs ont adopté un amendement à l'article 62 ter qui permet de clarifier la définition de la publicité pour les boissons alcoolisées.

Depuis plusieurs années, l'absence de définition de la publicité par la loi a conduit le juge à considérer toute information sur le vin comme de la publicité. Les tribunaux ont condamné notamment trois titres de presse (Le Parisien, les Echos, Paris Match) au motif que la loi n'exclut pas les articles rédactionnels de la définition des publicités. De cette situation est apparu un flou juridique qui pénalise l'ensemble de la filière viticole et d'autres secteurs comme la presse. Il est donc devenu nécessaire de clarifier la définition de la publicité.

Comment une commune, un département ou une région peuvent-ils aujourd'hui soutenir un projet oenotouristique si ce projet peut être condamné du jour au lendemain au prétexte qu'il évoque le vin ? Pour rester attractifs et continuer leur développement économique, les territoires viticoles de France ont besoin d'un cadre clair et compréhensible. C'est l'objectif du dispositif adopté par les sénateurs à l'article 62ter du projet de loi « Macron ».

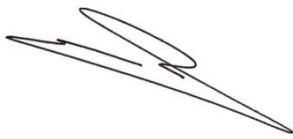
L'ANEV soutient depuis plusieurs mois cette proposition de clarification de la définition de la publicité. Lors de la 1^{ère} édition des *rencontres de la vigne et du vin*, que nous avons organisé à l'Assemblée Nationale le 17 février dernier, Marie-Claude Gachet et Jacques Lallain, respectivement responsable du service juridique et rédacteur en chef du journal *Le Parisien*, sont venus témoigner des difficultés que pose à la presse le flou juridique actuel.

Par ailleurs, l'article 62 ne permet en aucun cas, ni d'assouplir l'encadrement de la publicité tel qu'il est aujourd'hui prévu par la loi, ni de déroger aux règles applicables en la matière. Il apporte au contraire une solution juridique, au profit de l'économie de la filière et du levier de croissance qu'elle représente pour les territoires viticoles et le pays, sans toutefois remettre en cause les exigences impérieuses de santé publique.

Pour toutes ces raisons, nous espérons pouvoir compter sur votre soutien lors des débats à venir l'Assemblée Nationale. L'article 62 ter est une chance pour les territoires viticoles qu'il faut saisir.

Vous remerciant de l'attention que vous porterez à notre courrier et restant à votre disposition, nous vous prions d'agréer, Monsieur le Premier Ministre, l'expression de notre très haute considération.

Philippe A. Martin
Député de la Marne
Coprésident de l'ANEV



François Patriat
Président de la région Bourgogne
Sénateur de Côte d'Or
Coprésident de l'ANEV

