Publicité pour l'alcool : la commission spéciale de l'Assemblée approuve la modification du Code de la santé publique

La commission spéciale de l'Assemblée nationale, chargée d'examiner le projet de loi « Croissance et activité », a validé un amendement modifiant la loi Evin du 10 janvier 1991 qui encadre strictement la publicité sur les boissons alcoolisées en France. L'amendement, qui avait été introduit par le Sénat, distingue information et publicité sur l'alcool. Il précise la définition du mot « publicité » tel qu'entendu dans le Code de la santé publique. A l'article L. 3323-3, est ajouté un article additionnel selon lequel est désormais considéré comme propagande ou publicité "une opération de communication effectuée en faveur d'un produit ou service [...] susceptible d'être perçue comme un acte de promotion par un consommateur d'attention moyenne". Le texte a été voté malgré l'avis du gouvernement. La ministre de la Santé, Marisol Touraine, a dénoncé « un coup dur porté à la santé publique ». Claude Evin, auteur de la loi de 1991, a quant à lui déclaré que sous son apparence technique, l'amendement en cause libérera de facto la possibilité de faire de la publicité pour l'alcool « et ce, quasiment sans limite ».