

La loi Santé a été publiée

La loi de modernisation de notre système de santé, datée du 26 janvier 2016, a été publiée au *Journal officiel*. Elle comporte plusieurs dispositions intéressant la publicité. Le Conseil constitutionnel s'était prononcé sur le texte le 21 janvier, et avait notamment déclaré conforme à la Constitution :- la suppression de la dérogation à l'interdiction de publicité pour les produits du tabac qui s'appliquait jusqu'alors aux affichettes disposées à l'intérieur des débits de tabac non visibles de l'extérieur (article 23, paragraphe I, 2° de la loi); - la neutralité et l'uniformisation des unités de conditionnement, des emballages extérieurs et des suremballages des cigarettes (article 27), rendue obligatoire à compter du mois de mai 2016. Un décret en Conseil d'État doit fixer *«leurs conditions de neutralité et d'uniformisation, notamment de forme, de taille, de texture et de couleur, et les modalités d'inscription des marques et des dénominations commerciales sur ces supports»*. La loi étend en outre l'interdiction de la publicité en faveur du tabac aux *«dispositifs électroniques de vapotage et des flacons de recharge qui leur sont associés»*. Elle étend également au *«mécénat»* l'interdiction de toute opération de parrainage *«lorsqu'elle est effectuée par les fabricants, les importateurs ou les distributeurs de produits du tabac»* ou qu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, des produits ou ingrédients du tabac, y compris *«des dispositifs électroniques de vapotage ou des flacons de recharge qui leur sont associés»*. La loi modifie également la loi Evin, afin de distinguer information et publicité pour le vin. Elle insère dans le Code de la santé publique un article L. 3323-3-1 ainsi rédigé : *«Ne sont pas considérés comme une publicité ou une propagande, au sens du présent chapitre, les contenus, images, représentations, descriptions, commentaires ou références relatifs à une région de production, à une toponymie, à une référence ou à une indication géographique, à un terroir, à un itinéraire, à une zone de production, au savoir-faire, à l'histoire ou au patrimoine culturel, gastronomique ou paysager liés à une boisson alcoolique disposant d'une identification de la qualité ou de l'origine, ou protégée au titre de l'article L. 665-6 du Code rural et de la pêche maritime.»*. Enfin, la loi instaure un nouvel article dans le Code de la santé publique prévoyant que les photographies de mannequins *«dont l'apparence corporelle a été modifiée par un logiciel de traitement d'image afin d'affiner ou d'épaissir la silhouette du mannequin»* devront être accompagnées de la mention : *«Photographie retouchée»*. Le non-respect de cette disposition est puni de 37 500 € d'amende, montant pouvant être porté à 30 % des dépenses consacrées à la publicité.